

**SIKAP PEMIRSA TENTANG ACARA DAKWAH KAJIAN ISLAM
ASWAJAH (KISWAH) DI TV9 SURABAYA**

(Studi Deskriptif Terhadap Sikap Pemirsa Surabaya Tentang Acara Dakwah Kajian
Islam Aswajah “Kiswah” di TV9)

SKRIPSI



OLEH :

SANTI SANGGA PURWANTI

0743010054

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2010**

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran ALLAH SWT atas segala rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“SIKAP PEMIRSA TENTANG ACARA DAKWAH KAJIAN ISLAM ASWAJAH (KISWAH) DI TV9 SURABAYA** (Studi Deskriptif Terhadap Sikap Pemirsa Surabaya Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah) di TV9 Surabaya) dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih sebanyak – banyaknya kepada Bpk. Ir. Didiek Tranggono, Msi selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan serta dorongan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu DRA. Hj, Suparwati.M.Si, Dekan FISIP UPN “Veteran” Jatim.
2. Bpk Juwito, S.Sos, Msi , Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jatim.
3. Kedua orang tua, bapak dan ibu yang selalu memberi dukungan dan doa nya buat Santi, buat kedua adek (jhe-jhe dan dhita) juga makasi. Keluarga adalah semangat bagi penulis.
4. Sahabatku “HoHo”.
5. Rekan-rekan dan seluruh redaksi TV9 Surabaya.
6. Teman-teman kantor dan teman-teman ngobrol (Menchuz, Ethak, Danang, Tinos, Wida, mbak Yanti, mbak Arum, mbak Titin, mbak Linda, mz Fairus, mz jonatan, mz ridwan)

7. Teman-teman dekat di kampus (Vincentia, Maryo, Anti, Ria, Ovi, Siska, Novi)
8. Teman-teman KKN kelompok 32 gelombang pertama tahun 2010 :
9. Tri Heru Jatmiko, Gigih, Rara, Rere, Vitacharm, Wara wiri, Dodik, Isbah, Rina, Om Ari, Rizaldi, Cuwi, Anike, Wet (alm), Yulia gigikita, Hendri, Asmi, Om Paul, Khabib, ArYun, Rio, Jimmiy, Devi, Ihwan.
10. Teman-teman bisnisan : Mz Barto, Mz Yorim, Mz Henry, MbK Pika, Mz Hery.
11. Mbak yang buka fotokopi di FISIP, bapak-bapak penjaga perpustakaan (maaf sering merepotkan)
12. Dan teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
13. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya, November 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN UJIAN.....	ii
ABSTRAKSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa.....	11
2.2. Pemirsa Televisi Sebagai Khalayak Media Massa.....	14
2.3. Televisi dan Jenis Siaran di Televisi.....	15
2.4. Pengertian dan Deskripsi Sikap.....	17
2.4.1. Pengertian Sikap.....	17
2.4.2. Konsep Sikap.....	19
2.5. Program Acara Dakwah Kiswah.....	22
2.6. Dakwah Dan Dakwah Kontemporer.....	23
2.6.1. Dakwah.....	23

2.6.2. Dakwah Kontemporer.....	24
2.7. Arti Penting Dakwah.....	26
2.8. Pemanfaatan Televisi Sebagai Media Dakwah.....	28
2.9. Pendidikan Islam.....	31
2.10. Pedoman Islam Selain Al-Qur'an.....	33
2.9.1. Hadits	33
2.9.2. Kitab Kuning	35
2.9.3. Kitab Minhajul 'abidin.....	36
2.11. Ilmu Fiqih.....	37
2.12. Teori S-O-R.....	40
2.13. Kerangka Berpikir.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	46
3.1.1. Definisi Operasional	46
3.1.2. Pengukuran Variabel	48
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.2.1. Populasi dan Sampel.....	51
3.2.2. Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.2.3. Metode Pengumpulan Data.....	52
3.2.4. Metode Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	54
4.1.1. Gambaran Umum TV9 Surabaya.....	54
4.2. Penyajian Data dan Analisis Data.....	56

4.2.1. Identitas Responden.....	56
4.2.2. Penggunaan Media Oleh Pemirsa.....	59
4.2.3. Aspek Kognitif.....	60
4.2.3.1. Pengetahuan Responden Tentang Hakikat Dakwah Yang Sesungguhnya.....	61
4.2.3.2. Pengetahuan Responden Tentang Pendidikan Islam Yang Sesungguhnya.....	62
4.2.3.3. Pengetahuan Responden Tentang Kajian Hadits Dalam Acara Dakwah Kiswah.....	63
4.2.3.4. Pengetahuan Responden Tentang Kajian Kitab Kuning.....	64
4.2.3.5. Pengetahuan Responden Tentang Kajian Kitab Minhajul Abidin.....	65
4.2.3.6. Pengetahuan Responden Tentang Ilmu Fiqih.....	66
4.2.3.7. Aspek Kognitif Pemirsa Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah) Di TV9 Surabaya.....	67
4.2.4. Aspek Afektif.....	68
4.2.4.1. Perasaan Senang Responden Terhadap Muatan Dakwah Dalam Acara Kiswah.....	69
4.2.4.2. Perasaan Senang Responden Terhadap Muatan Pendidikan Islam.....	70
4.2.4.3. Perasaan Senang Responden Terhadap Kajian Hadits Dalam Acara Dakwah Kiswah.....	71

4.2.4.4. Perasaan Senang Responden Terhadap Kajian Kitab Kuning Dalam Acara Dakwah Kiswah.....	72
4.2.4.5. Perasaan Senang Responden Terhadap Kajian Kitab Minhajul Abidin.....	73
4.2.4.6. Perasaan Senang Responden Terhadap Kajian Ilmu Fiqih Dalam Acara Dakwah Kiswah.....	74
4.2.4.7. Perasaan Senang Responden Terhadap Acara Kiswah Yang Muatan Didalamnya Dapat Menambah Wawasan tentang Islam.....	75
4.2.4.8. Perasaan Senang Responden Terhadap Mutan Acara Dakwah Kiswah Yang Dapat Meningkatkan Iman dan Taqwa.....	76
4.2.4.9. Aspek Afektif Pemirsa Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah)” Di TV9 Surabaya.....	77
4.2.5. Aspek Konatif.....	78
4.2.5.1. Responden Akan Lebih Sering Menonton Acara Dakwah Kiswah.....	79
4.2.5.2. Responden Akan Mempelajari Pendidikan Islam Lebih Dalam.....	80
4.2.5.3. Responden Akan Mengkaji Hadits Lebih Dalam.....	81
4.2.5.4. Responden Akan Mengkaji Kitab-Kitab Lain Lebih Dalam.....	82
4.2.5.5. Responden Akan Lebih Aktif Mempelajari Tentang ilmu Fiqih.....	83

4.2.5.6. Responden Akan Lebih Meningkatkan Amal Dan Ibadah Setelah Menonton Acara dakwah Kiswah.....	84
4.2.5.7. Aspek Konatif Pemirsa Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah)” Di TV9 Surabaya.....	85
4.3. Sikap Pemirsa Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah) Di TV9 Surabaya.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1. Kesimpulan.....	93
5.2. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Usia Responden.....	57
Tabel 4.2. Pendidikan Terakhir Responden.....	57
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden.....	58
Tabel 4.4. Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4.5. Frekuensi Responden Menonton Acara Dakwah Kiswah Di TV9.....	59
Tabel 4.6. Durasi Responden Menonton Acara Dakwah Kiswah di TV9.....	59
Tabel 4.7. Pengetahuan Responden Tentang Hakikat Dakwah Yang Sesungguhnya.....	61
Tabel 4.8. Pengetahuan Responden Tentang Pendidikan Islam Yang Sesungguhnya.....	62
Tabel 4.9. Pengetahuan Responden Tentang Kajian Hadits.....	63
Tabel 4.10. Pengetahuan Responden Tentang Kajian Kitab Kuning.....	64
Tabel 4.11. Pengetahuan Responden Tentang Kitab Minhajul Abidin.....	65
Tabel 4.12. Pengetahuan Responden Tentang Ilmu Fiqih	67
Tabel 4.13. Aspek Kognitif Pemirsa Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah) Di TV9 Surabaya.....	67
Tabel 4.14. Perasaan Senang Responden Terhadap Muatan Dakwah Dalam Acara Kiswah.....	70
Tabel 4.15. Perasaan Senang Responden Terhadap Muatan Pendidikan Islam.....	71
Tabel 4.16. Perasaan Senang Responden Terhadap Kajian Hadits Dalam Acara	

	Dakwah Kiswah.....	72
Tabel 4.17.	Perasaan Senang Responden Terhadap Kajian Kuning Dalam Acara Dakwah Kiswah.....	72
Tabel 4.18.	Perasaan Senang Responden Terhadap Kitab Minhajul Abidin Dalam Acara Dakwah Kiswah.....	73
Tabel 4.19.	Perasaan Senang Responden Terhadap Ilmu Fiqih Dalam Acara Dakwah Kiswah.....	74
Tabel 4.20.	Perasaan Senang Responden Terhadap Acara Kiswah Yang Muatan Didalamnya Dapat Menambah Wawasan Tentang Islam.....	75
Tabel 4.21.	Perasaan Senang Responden Terhadap Muatan Acara Dakwah Kiswah Yang Dapat Meningkatkan Iman dan Taqwa.....	76
Tabel 4.22.	Aspek Afektif Sikap Responden Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah)” Di TV9 Surabaya.....	77
Tabel 4.23.	Responden Akan Lebih Sering Menonton Acara Dakwah Kiswah.....	79
Tabel 4.24.	Responden Akan Mempelajari Pendidikan Islam Lebih Dalam ...	80
Tabel 4.25.	Responden Akan Mengkaji Hadits Lebih Dalam.....	81
Tabel 4.26.	Responden Akan Mengkaji Kitab-Kitab Lain Lebih Dalam.....	82
Tabel 4.27.	Responden Akan Lebih Aktif Mempelajari Tentang Ilmu Fiqih...	83
Tabel 4.28.	Responden Akan Lebih Meningkatkan Amal dan Ibadah Setelah Menonton Acara Dakwah Kiswah.....	84
Tabel 4.29.	Aspek Konatif Responden Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah)” Di TV9 Surabaya.....	83

Tabel 4.30.	Sikap Pemirsa Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah)” Di TV9 Surabaya.....	89
--------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner.....	98
Lampiran 2. Data Penelitian Aspek Kognitif Sikap Pemirsa Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah).....	105
Lampiran 3. Data Penelitian Aspek Afektif Sikap Pemirsa Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah).....	108
Lampiran 4. Data Penelitian Aspek Konatif Sikap Pemirsa Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah).....	111
Lampiran 5. Data Sikap Pemirsa Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah).....	114
Lampiran 6. Informasi tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah).....	117

ABSTRAKSI

SANTI SANGGA.P. SIKAP PEMIRSA TENTANG ACARA DAKWAH KAJIAN ISLAM ASWAJAH (KISWAH) DI TV9 SURABAYA. (Studi Deskriptif Terhadap Sikap Pemirsa Surabaya Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah “Kiswah” di TV9).

Salah satu acara dakwah yang menghiasi layar kaca adalah acara dakwah Kiswah yang ditayangkan di TV9 Surabaya. Terlepas dari tujuan diproduksinya acara dakwah Kiswah agar masyarakat tetap kembali pada ajaran Islam yang sebenarnya dengan meningkatkan iman dan taqwa, yaitu dengan mengerjakan perbuatan baik dan meninggalkan perbuatan buruk.

Landasan teori yang digunakan adalah teori sikap. Sikap merupakan konstelasi komponen-komponen kognitif, afektif, konatif yang saling berinteraksi dalam memahami, merasakan, dan berperilaku terhadap suatu objek. Sehingga, dapat dikatakan bila sikap terdiri dari komponen kognitif, afektif, dan konatif.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah accidental sampling. Responden dalam penelitian ini adalah warga Surabaya yang beragama muslim dan berusia 17 tahun keatas. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif.

Hasil yang diperoleh dari penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya mempunyai sikap positif terhadap muatan yang ada di dalam acara dakwah Kiswah, yakni muatan dakwah itu sendiri, pendidikan Islam, Kajian Hadits, Kajian Kitab Kuning, Kajian Kitab Minhajul Abidin, dan Ilmu Fiqih, masyarakat memahami muatan tersebut, menyukai muatan yang ada di dalam acara kajian dakwah Kiswah, serta memiliki kecenderungan untuk mengamalkan pesan-pesan yang disampaikan oleh penceramah meskipun acara dakwah Kiswah dianggap sebagai acara yang Kampungan. Saran yang disampaikan oleh penulis adalah kepada TV9 sebagai media massa yang memiliki banyak fungsi diharapkan mampu menampilkan tayangan-tayangan yang cerdas dan benar-benar mendidik sehingga dengan demikian akan muncul sikap yang positif dalam diri pemirsanya, diharapkan dapat mengemas tayangan tersebut secara apik agar dapat menarik perhatian pemirsa sebagai khalayak media untuk tetap menontonnya. Dan untuk pemirsa, supaya dalam memilih program televisi lebih selektif dan mengutamakan acara-acara yang dapat memberikan tambahan ilmu dan pengetahuan, tidak hanya sekedar untuk mencari hiburan dan sekedar mengisi waktu luang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dari tahun ke tahun perkembangan teknologi maju dengan pesatnya, dan hal ini memudahkan kita dalam mengakses segala macam informasi. Dalam kehidupan sehari-hari kita membutuhkan begitu banyak informasi, baik informasi dalam bidang sosial, ekonomi, politik, ilmu pengetahuan, pendidikan, budaya, maupun birokrasi. Bahkan teknologi yang ada, telah dirancang dengan sangat sederhana, sehingga penggunaanya dapat mengakses informasi dimanapun dan kapanpun.

Penyebaran suatu informasi kepada setiap khalayak sangat diperlukan didalam kehidupan manusia disetiap waktu. Seiring perkembangan jaman, masyarakat dituntut untuk mengetahui berbagai informasi yang beragam baik melalui media cetak maupun media elektronik.

Pertumbuhan komunikasi modern telah menjadikan media massa menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Salah satu media massa yang memiliki sifat istimewa adalah televisi, keistimewaan ini disebabkan televisi merupakan gabungan dari media dengar dan media gambar. Selain itu dibandingkan dengan media komunikasi lain, televisi dapat memberi pengaruh yang lebih kuat dibandingkan dengan radio dan surat kabar. Hal ini terjadi karena kekuatan audio visual televisi yang menyentuh segi-segi kejiwaan pemirsa (Kuswandi, 1996:101).

Membahas tentang dunia pertelevisian yang ada di Indonesia, tahun 1962 TVRI berdiri dan beroperasi, serta menjadi pilar pertelevisian Nasional Indonesia.

TVRI berkembang dan menjadi media utama pemerintah dalam mensosialisasikan semua kegiatan, baik kegiatan social, budaya, pendidikan, hingga kegiatan politik pemerintahan. Saat itu TVRI seakan dikuasai pemerintah (Otoritarian), dimana lembaga perizinan ditangan pemerintah, informasi didominasi propaganda pemerintah, serta adanya penyeragaman informasi. TVRI jaya dalam beberapa decade, memegang peranan penting dalam fungsi penyiaran Indonesia. Dalam kebaradaannya, TVRI senantiasa menyampaikan berita-berita yang menjadi program unggulannya. Salah satunya adalah program berita yang bernama “ Dunia Dalam Berita”.

Tahun 1987, diterbitkannya Keputusan Menteri Penerangan RI Nomor : 190 A/ Kep/ Menpen/ 1987 tentang siaran saluran terbatas, yang membuka peluang bagi televisi swasta untuk beroperasi. Pada akhirnya munculah, Program Dua yang kemudian menghilang dari penyiaran pertelevisian nasional, Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI : 24 agustus 1989), Surya Citra Televisi Indonesia (SCTV : 24/8/1990), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI: 23/1/1991), ANTV (7/3/1993), Indosiar (11/1/1995), Metro TV (25/11/2000), Trans TV (25/11/2001), Lativi (17/1/2002) yang kemudian berganti nama menjadi TV ONE, kemudian muncul TV global dan Trans 7.

Penyiaran pertelevisian di masa kini tidak lagi menjadi monopoli Jakarta. Televisi-televisi local mulai menjamur di berbagai daerah, dan hal ini dapat dijadikan indikator telah menyebarnya sumber daya penyiaran. Sebuah organisasi tempat bergabungnya televisi lokal yang berdiri pada 26 Juli 2002 yang bernama Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI), telah menghimpun 23 industri televisi local hingga saat ini. Anggotanya ada di berbagai daerah di Indonesia, ada

Bandung TV di Bandung, Bali TV di Bali, Riau TV di Pekanbaru Riau, dan berbagai daerah lainnya. Belum lagi keberadaan televisi lokal lainnya yang belum terdata sama sekali. Fenomena munculnya televisi-televisi local ini menyemarakkan dunia pertelevisian.

Untuk Surabaya sendiri, televisi local yang saat ini ada antara lain : JTV, Arek TV, SBO TV, TV Edukasi, BC TV, MH TV, Spacetoon Surabaya, dan TV9. Fenomena munculnya televisi-televisi local meningkatkan anemo masyarakat dalam menunjukkan kredibilitas kerja para sumber daya manusia diwilayah otoritas masing-masing. Dalam teori media massa disebutkan bahwa secara psikologis, khalayak akan merasa lebih berminat dan tertarik ketika suatu acara yang dikemas mengetengahkan peristiwa-peristiwa yang bertalian erat dengan lingkungan di mana khalayak (pemirsa) itu tinggal. "Terhadap tempat kejadian suatu peristiwa, orang umumnya lebih tertarik pada tempat-tempat yang paling dekat dengan tempat tinggalnya. Dengan kata lain, perhatian khalayak terhadap suatu peristiwa berbanding terbalik dengan jarak antara tempat tinggal khalayak yang bersangkutan. Makin dekat tempat terjadinya suatu peristiwa makin tinggi pula perhatian atau minat untuk mengetahuinya (Suhandang, 2004: 140).

Televisi-televisi yang bermunculan tersebut menghadirkan beragam tayangan. Bukan hanya program acara berita, namun juga program acara yang dapat memberikan hiburan untuk pemirsanya. Lambat laun terjadi persaingan antar televisi, dimana satu sama lain saling berlomba-lomba menyuguhkan tayangan-tayangan yang banyak diminati oleh pemirsa.

Persaingan yang terjadi antara televisi-televisi nasional maupun local membuat televisi lupa akan fungsinya, yang salah satu fungsinya adalah

mengemban tanggung jawab social serta memberikan pendidikan kepada pemirsanya. Sepuluh dari 75 tayangan televisi di Indonesia berpotensi merusak pembangunan karakter bangsa. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di Indonesia berkembang sangat pesat. Namun, tidak semuanya baik, bahkan bisa merusak.

(http://nasional.tvone.co.id/berita/view/30930/2010/01/01/sepuluh_tayangan_tv_berpotensi_rusak_karakter_bangsa)

Tidak kurang sulitnya untuk memetakan alur persaingan yang terjadi antara TV Lokal dan Nasional. Sejauh mana peluang TV lokal untuk menjadi media massa unggulan di daerah hanyalah masalah proses. Karena, selama ini masyarakat terlanjur memiliki budaya menonton TV Nasional. Dengan adanya UU No. 32/2002 peluang yang dimiliki TV Lokal di daerah dalam menayangkan aktifitas-aktifitas di daerah jarang di miliki TV Nasional. Di samping itu, TV lokal hendaknya bisa mengelola dirinya secara baik dan profesional agar bisa berkembang (Nurudin, 2005:19).

Pada dasarnya format acara televisi di bagi menjadi tiga bagian, yaitu drama (tragedy, aksi, komedi, cinta, legenda, horror), non drama (music, magazine show, talkshow, variety show, repackging, game show, kuis, acara rohani dan berita (features, sport, news) (Naratama ,2004:64).

Tingginya rating pada sebuah program televisi tidak bisa menjadi jaminan kualitas atau mutu tayangan tersebut. Hal itu diakui sejumlah pengamat televisi dan film serta mahasiswa Program Studi Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia (ISI) Solo dalam Seminar Televisi dan Film bertajuk Epitimologi Tayangan Televisi Indonesia

(Antara Gambaran dan Kenyataan), mayoritas program yang ditampilkan di televisi saat ini hanya mementingkan keuntungan. Sehingga, kualitas serta nilai edukasi dengan mudah dinomorduakan. Memang sebagian besar tayangan televisi condong sebuah bentuk hiburan, tapi hiburan juga bisa dikonsep secara cerdas dan edukatif, serta memperhatikan etika.

(<http://www.solopos.com/2010/pergelaran/rating-bukan-jaminan-mutu-tayangan-televisi-11740>)

Dari sekian banyaknya pendekatan yang dilakukan oleh media kepada khalayak, penggunaan Retorika dan Komunikasi oleh Ulama/Narasumber merupakan suatu keharusan, dan dapat di gunakan dalam acara dakwah yang dapat menjadi pilihan pemirsa ditengah banyaknya tayangan-tayangan yang tidak mendidik. Dakwah bertujuan agar pesan-pesan agama dapat diresapi pemirsa dan diharapkan dapat untuk diamalkan. Pesan-pesan agama tidak lepas dari aplikasi struktur pesan dan daya tarik pesan, agar dakwah agama juga menarik bagi pemirsa sebagai suatu tontonan yang menghibur. Sedangkan teknik argumentasi merupakan salah satu upaya untuk meyakinkan pemirsa, bahwa pesan agama yang disampaikan memiliki landasan yang kuat dan layak diimani. Dan agar pesan – pesan dakwah dapat tersampaikan dan dapat dipahami pemirsa dengan baik maka acara dakwah dapat disampaikan secara intensif setiap hari. Dengan di terpa secara terus menerus diharapkan akan muncul pemahaman yang luar biasa dalam diri pemirsa tentang ilmu agama.

(<http://jurnal.dikti.go.id/jurnal/detil/id/0:15206/q/pengarang:Purnomo%20/offset/45/limit/15>)

Namun tidak demikian pada kenyataannya, Acara dakwah lebih sering dimunculkan pada moment-moment tertentu. Seperti yang bisa kita lihat beragam acara televisi bernuansa Ramadhan sedikit demi sedikit mulai menghilang dari layar kaca, tergantikan dengan wajah awalnya sebelum Ramadhan. Menarik untuk disimak ternyata fenomena acara dakwah Ramadhan di televisi dari tahun ke tahun selalu sama. Mendadak ramai dan kemudian menghilang seiring berlalunya Ramadhan. Sehingga ajakan dan media untuk mengingatkan manusia agar mengerjakan kebaikan dan meninggalkan keburukan hanya berlangsung pada moment itu saja, dan akan kembali setelah momen itu usai.

(<http://hiburan.kompasiana.com/group/televisi/2010/09/26/kemana-acara-dakwah-ramadan-di-tv/>)

Acara dakwah biasanya ditayangkan dengan durasi yang jauh lebih pendek dibanding acara-acara lainnya, dan membahas tema hanya dipermukaan, seakan-akan hanya sebagai pelepas dahaga bagi pemirsa yang haus akan pengetahuan Islam. Dalam sikap kognitifnya pemirsa cenderung akan mudah untuk mengetahui dan memahami karena pembahasan materi dakwah hanya pada permukaannya saja dan kurang mendalam kemudian pemahaman tersebut secara berangsur-angsur akan menghilang. Saat ramadhan pemirsa mendengarkan ceramah mengenai keutamaan sholat dan membaca Al-Qur'an, jika disampaikan dengan baik oleh komunikator maka pesan tersebut akan diterima dan dipahami dengan baik, yang kemudian mendatangkan perasaan senang dan puas atau sikap afektif yang akhirnya akan menimbulkan sikap konatif yaitu kecenderungan untuk melakukan isi pesan, yang pemirsanya akan mengerjakan sholat lima waktu secara intensif sesuai dengan syariah islam. Namun sikap tersebut akan berangsur-angsur hilang

seiring dengan menghilangnya acara dakwah tersebut, sebab manusia juga memiliki iman yang kondisinya naik turun, dan kebanyakan acara dakwah hanya sedikit mengulas rujukan dari permukaannya saja dan lebih banyak memberikan cerita-cerita zaman rasul dahulu.

(<http://www.cybermq.com/index.php?pustaka/detail/6/1/pustaka-116.html>).

Dari sekian banyak televisi local yang mulai menjamur di Surabaya, hanya TV9 yang program acaranya kental dengan nuansa islami. Sebagai televisi lokal, TV9 dikelola oleh PT.Dakwah Inti Media, perusahaan yang dimiliki oleh para pemilik modal, termasuk di dalamnya organisasi sosial keagamaan Nahdlatul Ulama (PWNU) Jawa Timur. TV9 telah memperoleh ijin Prinsip Penyelenggaraan Penyiaran dari Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 367/KEP/M.KOMINFO/10/2009 tertanggal 15 Oktober 2009 untuk melakukan siaran di kanal 42 sebagai lembaga penyiaran swasta local di Surabaya/Jawa Timur. Dimana salah satu tayangan yang dihadirkan adalah program acara dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah). “Kiswah” merupakan program acara TV9 yang religious, disiarkan setiap hari pukul 18.00 WIB, dan untuk bulan Ramadhan disiarkan setiap hari pukul 05.00 WIB dan pukul 21.30 WIB. Memiliki muatan dakwah dan pendidikan, diantaranya adalah : Kajian Al-Qur’an, Fiqih Kontemporer, Kajian Kitab Kuning, Kajian Hadits, Pendidikan Islam. Adanya berbagai macam kajian kitab lain selain Al-Qur’an membuat acara dakwah Kiswah berbeda dengan acara dakwah lainnya, terlebih acara dakwah Kiswah ditayangkan secara intensif setiap hari tanpa ada putusya.

Dalam acara dakwah Kiswah ceramah agama dilakukan di masjid atau pondok pesantren dan di sampaikan oleh ustadz atau kiyai, dan disimak oleh

masyarakat yang ada di masjid atau pondok pesantren tersebut. Ceramah dikemas dengan bahasa yang santai, dengan ciri khas penceramah masing-masing. Contoh; salah satu ceramah yang di bawakan oleh Kyai Sonhaji. Kyai Sonhaji menyampaikan ceramah dengan guyonan khas Jawa Timur yang tentu saja masih dalam konteks kesantunan

Suatu program acara televise dapat dikatakan diterima pemirsa televisi dan terjaga eksistensinya apabila respon yang diterima pemirsa televisi terhadap program ini positif. Salah satu cara untuk mengetahui respon yang diberikan oleh pemirsa televise terhadap acara dakwah Kiswah adalah mengetahui sikapnya. Kognitif berkaitan dengan pengetahuan pemirsa terhadap suatu objek. Dengan meneliti komponen Kognitifnya, maka dapat diketahui pengetahuan responden terhadap nilai-nilai keagamaan yang ada di acara dakwah Kiswah, terlebih mengenai muatan dakwah yang terdiri dari berbagai kajian kitab-kitab selain Al-Qur'an dan hadits. Selain itu, dengan meneliti kognitifnya juga dapat diketahui apakah pemirsa televise juga memiliki kepercayaan dan keyakinan terhadap kebenaran nilai-nilai keagamaan yang ada di acara dakwah Kiswah. Komponen afektif berkaitan dengan perasaan suka atau tidak suka pemirsa televise terhadap acara Kiswah, khususnya adalah mengenai isi muatan dakwah itu sendiri. Sedangkan konatif merupakan komponen yang berkaitan dengan perilaku yang ditunjukkan oleh pemirsa televisi terkait acara dakwah Kiswah, seperti misalnya rajin beribadah dan mengamalkan pesan-pesan yang disampaikan oleh penceramah yang intinya adalah mengerjakan perbuatan baik dan meninggalkan perbuatan buruk (Azwar,2002:34).

Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui sikap pemirsa terhadap acara dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah) yang dimiliki oleh TV9 terkait dengan muatan dakwah didalamnya. Yaitu sikap kognitif, afektif dan konatif pemirsa terhadap muatan dakwah, pendidikan islam, kajian hadits, kajian kitab kuning dan kajian kitab minhajul abiding yang digunakan dalam menyelesaikan masalah dalam kehidupan sehari-hari.

1.1. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka perumusan masalahnya adalah, Bagaimanakah Sikap Pemirsa Surabaya Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah) di TV9?.

1.2. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah “untuk Mengetahui Sikap Pemirsa Surabaya Tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajah (Kiswah), di TV9”.

1.3. Manfaat Penelitian

1. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan studi komunikasi yang berkaitan dengan sikap pemirsa terhadap tayangan-tayangan di televisi serta mampu memperkaya varian, alternative rujukan serta sebagai khasanah referensi dalam penelitian-penelitian dimasa datang terhadap industri komunikasi dan informasi.

2. Memberikan masukan kepada TV9 agar dapat membuat tayangan-tayangan yang selalu bermuatan positif, mendidik, informative. Dan tentunya yang sesuai dengan norma-norma dan budaya yang dianut oleh bangsa Indonesia. Selain itu dari penelitian ini dapat juga diketahui mengenai kelebihan dan kekurangan tayangan.